

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.10** МICE-индустрия

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК КВД ЗАО №1-3-11.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(специальность)

Профиль подготовки: Конгрессно-выставочная деятельность  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                      |                                      |
| 4                         | УП                               | 4                 | 32             |                   | 1                    |                                      |
|                           | РПД                              | 4                 | 32             |                   | 1                    |                                      |
| 5                         | УП                               | 4                 | 56             | 4                 | 2                    | Зачет                                |
|                           | РПД                              | 4                 | 56             | 4                 | 2                    |                                      |
| Итого                     | УП                               | 8                 | 88             | 4                 | 3                    |                                      |
|                           | РПД                              | 8                 | 88             | 4                 | 3                    |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Бабанчикова Ольга  
Анатольевна

кандидат экономических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Бычков Игорь

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой туристского бизнеса

\_\_\_\_\_

Бабанчикова Ольга  
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в сфере проектирования, организации и продвижения MICE - мероприятий.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- рассмотреть теоретические аспекты и перспективные направления развития MICE-индустрии;
- охарактеризовать различные типы конгрессно-выставочных мероприятий и раскрыть специфику их организации и проведения;
- раскрыть нормативно-правовую базу и ресурсное обеспечение деятельности в сфере MICE-индустрии.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Конгрессно-выставочная деятельность

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

История выставочной деятельности

Организация и технологии рекламно-выставочного бизнеса

Документационное обеспечение выставочной деятельности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-3: Способен обеспечивать проведение торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с организаторами, партнерами, спонсорами</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Знать:</b> – содержание и порядок проектирования деловых мероприятий и событий. |
|------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Уметь:</b> – проектировать MICE-мероприятия;<br>- управлять качеством и рисками профессиональной деятельности в MICE-индустрии |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Владеть:</b> - навыками проектирования выставочных мероприятий в MICE-индустрии |
|------------------------------------------------------------------------------------|

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
|                                                                                                                                                            |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |
| Раздел 1. Теория организации конгрессно- выставочной деятельности и MICE- индустрии                                                                        | 4                         |                   |               |              |                              |
| Тема 1. Нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность в сфере MICE -индустрию                                                                   |                           | 1                 |               | 8            | ИЛ                           |
| Тема 2. Структура MICE-индустрии. Характеристика основных элементов MICE -индустрии.                                                                       |                           | 1                 |               | 8            | ИЛ                           |
| Тема 3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере MICE. Основные ресурсы деятельности в сфере MICE.                                                       |                           | 1                 |               | 8            |                              |
| Тема 4. MICE-мероприятия. Основные виды мероприятий в сфере MICE.                                                                                          |                           | 1                 |               | 8            | ИЛ                           |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                        |                           | 4                 |               | 32           |                              |
| Консультации и промежуточная аттестация - нет                                                                                                              |                           |                   | 0             |              |                              |
| Раздел 2. Особенности организации MICE в Российской Федерации                                                                                              | 5                         |                   |               |              |                              |
| Тема 5. Характеристика российского рынка по организации мероприятий в сфере MICE. Практическое занятие. Анализ рынка по организации MICE-мероприятий в РФ. |                           | 1                 | 1             | 6            |                              |
| Тема 6. Тенденции развития MICE-индустрии в Российской федерации. Практическое занятие. Проблемы и перспективы развития MICE-индустрии в РФ.               |                           | 1                 | 1             | 8            | ГД                           |
| Раздел 3. Организация конгрессной деятельности и проведение MICE мероприятий                                                                               |                           |                   |               |              |                              |
| Тема 7. Субъекты организации деятельности в сфере MICE. Практическое занятие. Функции основных участников MICE.                                            |                           | 1                 | 2             | 6            |                              |
| Тема 8. Рекламно-информационная работа с потенциальными участниками мероприятия. Практическое занятие. Специфика продвижения MICE-мероприятий.             |                           | 1                 | 2             | 16           | ИЛ                           |
| Тема 9. Этапы планирования и организации мероприятий. Практическое занятие. Алгоритм планирования и организации мероприятий в сфере MICE.                  |                           |                   | 2             | 20           |                              |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                        | 4                         | 8                 | 56            |              |                              |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)                                                                                                            |                           | 0,25              |               |              |                              |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                          |                           | 16,25             | 88            |              |                              |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Наименование оценочного средства                                                                                                                                                  |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- излагает основы теории организации деятельности в сфере MICE: основные понятия и определения;</li> <li>- характеризует современное состояние и перспективы развития MICE -индустрии в Российской Федерации;</li> <li>-излагает содержание нормативно-правовых документов, обеспечивающих организацию MICE-мероприятий различного типа и уровня;</li> <li>- выбирает вид и форму проведения мероприятия в соответствии с запросами целевой аудитории.</li> <li>- разрабатывает план проведения конгрессно-выставочного мероприятия.</li> <li>- выбирает площадку для проведения мероприятия в сфере MICE;</li> <li>- самостоятельно составляет перечень документации, необходимой для проектирования MICE-мероприятий.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Перечень вопросов для устного собеседования</li> <li>Практико-ориентированные задания</li> <li>Практико-ориентированные задания</li> </ul> |

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций                                                                                                           |                   |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                  | Устное собеседование                                                                                                                                       | Письменная работа |
| Зачтено          | Обучающийся успешно прошел текущий контроль, выполнил все практические задания, возможно допустил несущественные ошибки при устном ответе.                 |                   |
| Не зачтено       | Обучающийся не прошел какой-либо из элементов текущего контроля, не выполнил больше 50% практических заданий, допустил серьезные ошибки при устном ответе. |                   |

#### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п  | Формулировки вопросов                                                                            |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Курс 4 |                                                                                                  |
| 1      | Международные организации MICE.                                                                  |
| 2      | ISO 25639-1: 2008 «Выставки, представления, ярмарки и съезды».                                   |
| 3      | Основные положения ГОСТ Р 32608–2014. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. |
| 4      | Основные положения ГОСТ Р 53524–2009. Конгрессная деятельность. Термины и определения.           |
| 5      | Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации       |
| 6      | Структура MICE-индустрии.                                                                        |
| 7      | Meetings: классификация, организация и проведение.                                               |
| 8      | Conferences: классификация, организация и проведение.                                            |
| 9      | Incentives: виды поощрения, организация и предоставление услуг.                                  |
| 10     | Incentives: виды поощрения, организация и предоставление услуг.                                  |
| 11     | Congresses: виды, организация и проведение.                                                      |
| 12     | Events: виды, организация и проведения                                                           |
| 13     | Современное состояние и перспективы развития MICE-индустрии в мире.                              |

|    |                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|
| 14 | Современное состояние и перспективы развития MICE-индустрии в Российской Федерации |
| 15 | Санкт-Петербург и Ленинградская область как центры MICE                            |
| 16 | Специфика продвижения конгрессно-выставочных мероприятий.                          |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1.

• Сравнить формулировки основных понятий ГОСТ Р 32608–2014 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» и стандарта ISO 25639-1: 2008 «Выставки, представления, ярмарки и съезды».

• Определить есть ли разночтения в трактовках основных понятий, содержащихся в данных стандартах?

Задание 2.

• Определение и ранжирование параметров инвестиционной привлекательности Санкт-Петербурга как конгрессно-выставочного центра.

• Подготовьте презентацию Санкт-Петербурга как конгрессно-выставочного центра для потенциальных инвесторов.

Задание 3.

• Проведите анализ образовательных программ высшего образования по подготовке кадров для MICE-индустрии.

• Сравните содержание учебных планов.

Задание 4.

Подготовить эссе на тему «Личностные качества и профессиональные компетенции специалиста MICE-индустрии».

Задание 5.

Разработайте концепцию конгрессно-выставочного мероприятия:

- обоснование состоятельности проекта для рынка, актуальность вы-ставки, основная идея выставки;
- потенциальные стратегические партнеры;
- виды поддержки мероприятия;
- консультации с экспертами рынка в виде основных отраслевых ассоциаций и ключевых компаний;
- выводы анализа конкурентной среды;
- зона охвата, значение, время и место проведения выставки;
- уникальные стороны проекта;
- структура экспонентов выставки (ведущие компании, предполагаемое
- количество экспонентов и выставочной площади;
- мероприятия деловой программы (протокольные мероприятия, конференции, семинары, «круглые столы»);
- культурные программы и сопутствующие мероприятия;
- конкурсные и презентационные программы; инфраструктурное обеспечение.

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме, студент отвечает на один из вопросов, представленных в перечне, и выполняет одно практическое задание. Для выполнения практического задания студентам выдается раздаточный материал в виде туристских каталогов, журналов, статистических данных.

Время, отводимое на подготовку к ответу - 15 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор                                                                                                                                                  | Заглавие                                                                | Издательство                                                                                          | Год издания | Ссылка                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>                                                                                                               |                                                                         |                                                                                                       |             |                                                                                                                           |
| Карпова, Г. Г.,<br>Шамьенова, Г. Р.,<br>Егорова, А. Ю.                                                                                                 | Реклама и связи с<br>общественностью                                    | Саратов: Саратовский<br>государственный<br>технический<br>университет имени Ю.А.<br>Гагарина, ЭБС АСВ | 2016        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/80116.html">http://www.iprbookshop.ru/80116.html</a>                                   |
| Головлева, Е. Л.                                                                                                                                       | Реклама как механизм<br>социокультурных<br>изменений                    | Москва: Московский<br>гуманитарный<br>университет                                                     | 2017        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/74739.html">http://www.iprbookshop.ru/74739.html</a>                                   |
| Васильева, Л. А.                                                                                                                                       | Реклама                                                                 | Саратов: Вузовское<br>образование                                                                     | 2016        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/39114.html">http://www.iprbookshop.ru/39114.html</a>                                   |
| Стровский, Л. Е.,<br>Фролова, Е. Д.,<br>Стровский, Д. Л.,<br>Осинцев, Ю. В.,<br>Демченко, Е. А.,<br>Кривых, И. С., Фролов,<br>А. А., Стровского, Л. Е. | Основы выставочно-<br>ярмарочной деятельности                           | Москва: ЮНИТИ-ДАНА                                                                                    | 2017        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/81813.html">http://www.iprbookshop.ru/81813.html</a>                                   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>                                                                                                         |                                                                         |                                                                                                       |             |                                                                                                                           |
| Вильчинская-Бутенко<br>М. Э.                                                                                                                           | Событийный менеджмент.<br>Часть 1. Организация<br>корпоративного досуга | СПб.: СПбГУПТД                                                                                        | 2015        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2199">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2199</a> |
| Персикова, Т. Н.                                                                                                                                       | Корпоративная культура                                                  | Москва: Логос                                                                                         | 2012        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/14320.html">http://www.iprbookshop.ru/14320.html</a>                                   |

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>  
 Компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>  
 Библиографическая и реферативная база данных Scopus [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scopus.com>);

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
 Microsoft Windows  
 СПС КонсультантПлюс

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение                                                                                                                                                               |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска                                                                                                           |
| Компьютерный класс   | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |